**附件2**

**关于在全县继续大力实施消费帮扶巩固拓展**

**脱贫攻坚成果的实施方案**

“十四五”时期继续大力实施消费帮扶，是巩固拓展脱贫攻坚成果的重要举措，对带动脱贫人口和农村低收入人口增收致富，促进特色产业提质增效，激发乡村振兴发展内生动力，推动形成强大国内市场具有重要意义。为深入贯彻落实国家发展改革委、中央农办等30部门《关于继续大力实施消费帮扶巩固拓展脱贫攻坚成果的指导意见》（发改振兴〔2021〕640号）精神，按照省《关于在全省继续大力实施消费帮扶巩固拓展脱贫攻坚成果的实施方案》要求，建立健全我县消费帮扶长效机制，有力推动实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接，制定如下实施方案。

#  **一、指导思想**

 以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，全面贯彻落实习近平总书记关于巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接重要讲话重要指示精神和历次考察调研山西重要讲话重要指示精神，切实把思想和行动统一到县委、县政府的决策部署上来，立足新发展阶段，贯彻新发展理念，构建新发展格局，继续大力实施消费帮扶，持续促进脱贫地区产品和服务消费，推动形成以市场机制为主导，政府、市场、社会协同推进的消费帮扶可持续发展新模式，为巩固拓展脱贫攻坚成果提供重要支撑。

#  **二、基本原则**

**（一）聚焦重点，统筹兼顾。**以脱贫地区和脱贫人口为重点，聚焦乡村振兴重点帮扶乡镇、村等巩固脱贫攻坚成果任务较重地区，兼顾其他地区和农村低收入人口，打通消费、流通、生产各环节痛点难点堵点，分级分层协调解决农产品销售难问题。

**（二）政府引导，市场主导。**继续发挥政府引导作用，建立健全体制机制，强化政策落地落实。进一步突出市场导向，发挥市场机制作用，持续提升市场参与度，推动形成消费帮扶“人人皆可为、人人皆愿为、人人皆能为”的全社会参与格局。

**（三）创新方式，共享共赢。**积极推广定向采购、以购代捐、以买代帮、助农集市、直播带货等帮扶方式，不断探索消费帮扶新业态新模式。完善利益联结机制，促进帮扶对象稳定增收，切实维护消费者权益，实现生产端消费端互利共赢。

**（四）强化监管，逐步规范。**进一步规范市场主体行为，完善市场准入促进公平竞争，坚决打击扰乱市场秩序的违法行为，构建政府监管、行业自律、企业自治、社会监督相结合的共同治理机制，推动消费帮扶规范、有序、可持续发展。

**三、扩大产品和服务消费**

**（五）强化定向采购帮扶。**全县各机关、事业单位和国有企业在同等条件下优先采购脱贫地区产品，落实“五进九销”消费帮扶措施，组织脱贫地区农特产品进机关、进企业、进学校、进医院、进军营。开展对接承销、龙头企业带销、宣传推介展销、电子商务营销、商场超市直销、基地认领订销、旅游带动促销、帮扶单位助销、劳动就业推销。帮扶单位年度工会福利采购帮扶的农特产品比例不低于30%。各预算单位年度食堂食材采购份额按照不低于10%的比例，通过“832”平台采购脱贫地区农副产品。工会逢年过节为会员购买慰问品时，优先采购脱贫地区消费帮扶产品，优先安排到脱贫地区开展工会活动，引导干部职工自发消费脱贫地区产品和旅游服务。研究推进部队优先采购脱贫地区农副产品措施办法。市县帮扶单位助销帮扶村群众农产品原则上分别不少于2万元、1万元。**（县财政局、县机关事务服务中心、县教科局、县卫健局、县工信局、县乡村振兴服务中心、县总工会、人武部、国运公司）**

 **（六）开展脱贫地区帮扶重点产品推荐。**按照“市场主体自愿申请、县主管部门认定、省级消费帮扶平台定期公示发布”的流程，广泛发掘帮扶能力强、带动脱贫群众增收能力强、产品质量好、有诚信的企业、合作社等市场主体，推荐消费帮扶重点产品。县农业农村局与乡村振兴服务中心要对我县各乡镇的农特产品进行摸底，择优推荐，会同县机关事务服务中心组织上报省级消费帮扶平台，真正下活全省“一盘棋”，不断提升机关消费帮扶工作质量。**（县农业农村局、县乡村振兴服务中心、县机关事务服务中心、各乡镇人民政府）**

**（七）持续深化对口支援消费帮扶。**继续将消费帮扶作为巩固脱贫攻坚成果和推进乡村振兴的重要内容，主动对各乡镇拓展交流合作领域，积极搭建销售平台。借助农业类展会等平台帮助农特产品打品牌、扩销路，推动农业产业合作。充分利用现有电商平台，实现“线下展销+线上电商”双管齐下，开启农特优产品销售双通道。通过云推介直播、农交会等方式，设立专门展位，全方位展示我县特色优质农产品，为互通交流提供更加广阔的平台和渠道。**（县农业农村局、县商务局、县供销社）**

**（八）鼓励社会力量参与帮扶。**深入推进“企业兴村”盂县行动，既要发挥国有企业经济发展中坚力量的作用，又要引导民营企业积极参与，通过“中国农民丰收节”、消费帮扶专题展销、电商平台等线下线上渠道优先采购消费帮扶重点产品。引导推动国有企业、行业龙头企业优先购买脱贫地区农副产品作为原材料。进一步发挥行业协会商会、慈善组织等社会组织作用，组织爱心人士、爱心企业等积极参与消费帮扶，利用多种形式消费来自脱贫地区和脱贫人口的产品与服务。动员各类商超、电商平台等创新会员激励机制，探索通过“积分换购”“满赠满减”等方式引导社会力量持续扩大脱贫地区产品和服务的消费。**（县农业农村局、县乡村振兴服务中心、县工商联、县工信局、县机关事务管理中心、县商务局、国运公司）**

**（九）创新消费帮扶机制。**鼓励各类市场主体参与消费帮扶产品销售，与机关、国企、学校、医院、军营协作建立市场化运行机制，动员各类市场主体与农业龙头企业、合作社签订直供直销和长期供货合同，实现可持续发展模式。县机关事务服务中心在做好消费帮扶进机关的同时，要做好与省市机关事务服务中心的对接，按照上级要求，尽快实现省级消费帮扶平台省级机关牵头、市县参与统一管理、统一运营的模式。**（县机关事务服务中心、县工信局、县教科局、县卫健局、县工商联、县农业农村局、县乡村振兴服务中心、县总工会、人武部、国运公司）**

#  **四、拓宽脱贫地区农产品流通和销售渠道**

**（十）加强全县物流体系建设。**加快推进全县寄递物流服务全覆盖提质工程，畅通“农产品进城、消费品下乡”双向流通渠道。优化县级总仓分拨，乡村网点配送设施建设和管理，畅通物流运输“最后一公里”。严格落实高速公路鲜活农产品运输“绿色通道”政策，降低物流成本。积极推进农产品产地冷藏保鲜建设，打造一批产地低温直销配送中心、骨干冷链物流基地，做好产地与销地冷链衔接。**（县交通局、县农业农村局、县商务局、县邮政业发展中心）**

**（十一）拓展消费帮扶重点产品销售渠道。**县机关事务服务中心要积极总结推广“消费帮扶进机关”典型经验和做法，推进县级消费帮扶超市网点及“全县一张网”建设。支持各乡镇积极组织参加农博会、农贸会、展销会等，集中推介、展示、销售特色农产品。创新电商销售模式，探索形成“龙头电商企业+合作社+基地+农产品”的产销模式。**（县机关事务服务中心、县商务局、县农业农村局、县财政局、县总工会、县供销社）**

**（十二）提升电商服务水平。**积极建立本地专业化、规范化运营团队，加强对电商人才的培训指导，充分挖掘我县电商发展潜力。立足本地优势产业和资源禀赋，持续加大线下产业与电商融合力度，做优做强区域品牌，确保乡村e镇可持续发展。依托县域电商公共服务中心、农产品展示体验中心、县域电商物流配送中心、村镇电商服务站点，健全电商公共服务体系，建设公共服务中心，完善电商物流配送体系，为农村电商经营者提供产品开发、包装设计、网店运营、产品追溯、人才培训等专业服务。充分利用现有电商平台，支持各类农副产品、服务产品线上销售。**（县商务局、县财政局、融媒体中心、县乡村振兴服务中心）**

#  **五、强化预警妥善应对农副产品滞销**

**（十三）强化农产品滞销监测预警。**切实用好政府网站及政务新媒体、重点农产品市场信息监测平台等现有载体，充分调动互联网、大数据、云计算等新型平台在农产品产销监测领域的信息化优势，建立完善农副产品滞销监测预警机制。定期采集、分析、预判重点农产品市场价格走向，有针对性地对我县各乡镇免费发布农副产品价格信息和市场行情分析，引导各地科学制定生产计划，合理安排农产品上市时间。针对可能发生的农产品滞销发布监测预警信息，指导种植养殖企业、合作社、家庭农场及时调整生产。**（县农业农村局、县商务局、融媒体中心）**

**（十四）建立多方联动应急处理机制。**各有关单位要研究探索符合本部门、本乡镇实际的农副产品滞销应急处置方式，制定相应工作方案。组织全县各级机关、事业单位、国有企业等开展消费帮扶公益活动，采取“以购代捐”“爱心认购”等方式集中消纳滞销农副产品。鼓励企业加大市场化采购力度，适当增加商业库存，就地就近解决农副产品滞销。**（县农业农村局、县发改局、县机关事务服务中心、县商务局、县教科局、县财政局、县卫健局、县乡村振兴服务中心、县供销社、县工商联、县民政局、金融办、国运公司）**

#  **六、提升特色农副产品市场认可度和竞争力**

**（十五）推动特色农副产品规模化发展。**大力推进高标准农田建设，引导土地规范有序流转，发展多种形式的适度规模经营。支持建设区域化、专业化农业生产基地，发展壮大乡村特色产业，进一步丰富农副产品品种。鼓励龙头企业、电商企业、农产品批发市场、大型超市采取“家庭农场+合作社+企业”等模式，大力发展订单农业，增强特色农副产品持续供给能力。积极引导特色农副产品加工企业向脱贫地区、重点乡镇集聚。**（县农业农村局、县乡村振兴服务中心、各乡镇人民政府）**

**（十六）切实提高特色农副产品质量。**实施特色种养业提升行动，积极主动与高等院校、科研机构、龙头企业合作，依托我县特有的资源禀赋，加大先进适用技术和成果示范推广力度，增加优质特色产品供给。大力推广优质农副产品生产技术标准，联结农业产业产前、产中、产后各环节，通过推进农产品标准化生产、农产品认证、消费帮扶重点产品追溯和质量检测等方式，不断提升产品质量。鼓励各乡镇开展绿色食品、有机食品、地理标志农产品认证或登记保护。强化农业生产过程管控，建立完善农产品质量安全监管追溯体系。积极发挥农业标准化示范区辐射带动作用，支持开展标准化生产示范。**（县农业农村局、县乡村振兴服务中心、县教科局、县市场监管局）**

**（十七）积极打造区域性特色农产品品牌。**注重历史、文化、地理等资源挖掘，强化特色农副产品包装、设计和销售模式创新，培育一批富有我县特色的农副产品知名品牌，提升产品附加值。鼓励龙头企业发挥专业化运作优势，帮助消费帮扶重点产品打造品牌、提升知名度、扩大市场占有率。继续支持创建现代农业产业园、农业产业融合发展示范园。鼓励龙头企业、合作社、家庭农场等将经营理念、企业文化和价值观念等转化为品牌优势。强化特色品牌宣传，培育农产品网络品牌，鼓励各乡镇利用各类平台开展特色农产品品牌展示推介。**（县委宣传部、县农业农村局、县商务局、县教科局、融媒体中心、县供销社、县市场监管局、国运公司）**

#  **七、促进文旅休闲等服务提质增效**

**（十八）因地制宜促进乡村旅游发展。**实施休闲农业和乡村旅游精品行动，引导乡村旅游向观光、休闲、度假、康养等复合型业态模式转变。发挥我县山水资源优势，推出一批乡村旅游精品线路，鼓励发展乡村旅游集聚区。改造提升乡村旅游基础设施和公共服务设施，加快推进太行一号旅游公路及其支线建设，完善通村公路、景区景点连接线，鼓励配套建设休闲步道、自行车道、自驾车房车营地等体验式设施。深入实施农村人居环境整治提升，加快培育农家乐、特色民宿等农村生活性服务业，鼓励发展一批农业观光园，打造一批乡村旅游重点村镇。探索发展“乡村旅游+互联网”模式，推进乡村旅游资源和产品数字化建设。**（县文旅局、县住建局、县交通局、县农业农村局、县乡村振兴服务中心、县商务局）**

 **（十九）大力培育乡村特色文化产业。**加强文物古迹、传统村落、传统建筑等保护与利用，引导各乡镇立足各自地域、农耕等文化特点发展特色文化产业，建设打造一批文化产业园区、特色文化产业乡镇、文化产业特色村和文化产业群。支持传统手工传承与创新发展，积极开发传统节日文化用品，加大对戏曲、锣鼓、剪纸、民间艺术、民俗表演等传统文化的保护传承力度，促进文化资源与现代消费需求有效对接。鼓励成立专业文化形象营销机构，推广大众参与式评价、沉浸式体验等经营模式，推动文化与旅游等其他产业深度融合、创新发展。**（县文旅局、县住建局、县农业农村局）**

#  **八、保障措施**

**（一）强化组织领导。**由县发改局牵头建立消费帮扶县级沟通协调机制，进一步强化统筹协调，积极协调解决工作推进中面临的困难和问题。沟通协调机制各成员单位要强化协调配合，细化实化配套政策。各成员单位要落实主体责任，切实将消费帮扶作为巩固拓展脱贫攻坚成果推进乡村振兴的重要举措，制定配套政策，抓好工作落实。

**（二）强化示范引领。**持续强化市场机制在消费帮扶工作中的重要作用，围绕供应链、流通链、生产链建设，鼓励引导有关部门打造一批区域公用品牌、创建一批消费帮扶产地示范区、培育一批消费帮扶示范企业和社会组织，通过有关资金渠道给予适当支持。

**（三）强化政策激励。**继续发挥现有财政、投资、土地、金融、人才等政策作用，强化对消费帮扶政策支持。对积极参与消费帮扶且有突出贡献和影响的企业、单位及社会组织，采取多种形式予以宣传推介，鼓励有条件的部门在资金安排、项目布局、评先评优等方面采取适当方式给予倾斜支持。

**（四）强化市场监管。**县市场监管局、县农业农村局、县文化和旅游局等部门切实强化对纳入消费帮扶范围的农副产品和相关服务的执法与监管。综合采取财税、土地、金融、征信、行业准入等手段，依法加强市场主体行为约束管理，持续加强消费者权益保护，提升消费者获得感和满意度。

附件1：关于建立盂县消费帮扶县级沟通协调机制的通知

附件2：2023年县级层面深化消费帮扶行动重点推进事项

附件3：消费帮扶工作推进情况月调度台账

附件4：消费帮扶工作成效基础台账

附件1：

关于建立盂县消费帮扶县级沟通

协调机制的通知

为全面贯彻落实县委、县政府关于做好消费帮扶工作的安排部署，切实加强部门间协同配合，形成工作合力，推动实现巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接，经充分沟通，特建立消费帮扶县级沟通协调机制（以下简称协调机制）。现将有关事项通知如下。

一、主要职责

协调机制主要负责研究完善消费帮扶政策措施，协调推进跨部门消费帮扶工作，及时收集、掌握、宣传消费帮扶工作动态，组织开展消费帮扶活动，鼓励引导企业、社会团体、慈善组织和市民群众等社会力量参与帮扶，持续促进我县的产品和服务消费，加强物流体系建设，采取有效措施妥善解决农副产品滞销问题，引导创建公用品牌、消费帮扶产地示范区，培育消费帮扶示范企业和社会组织。

二、成员单位

协调机制由县委宣传部、县直机关工委、县机关事务服务中心、人武部、县发展改革局、县教科局、县工信局、县民政局、县财政局、县自然资源局、县住建局、县交通局、县农业农村局、县商务局、县文旅局、县卫健局、县市场监管局、融媒体中心、县乡村振兴服务中心、县供销社、县总工会、县团委、县妇联、县工商联、县金融事务服务中心、县邮政业发展中心等26个单位组成。协调机制办公室设在县发展改革局，承担日常工作。成员单位可根据工作需要增加，由协调机制办公室行文告知。

协调机制召集人由县发展改革局分管负责同志担任，成员为其他成员单位分管负责同志。协调机制设联络员，由各成员单位相关科室同志担任。协调机制的成员或联络员如发生变动，由接任人员继续履行相关职责。

三、工作规则

协调机制根据工作需要不定期召开会议，由召集人主持。成员单位可以提出召开会议的建议。研究具体工作事项时，可视情况召集部分成员单位参加会议，也可邀请有关部门和单位以及相关专家参加会议。协调机制以纪要形式明确议定事项，经与会单位同意后印送有关方面。

四、工作要求

县发改局做好协调机制牵头工作。各成员单位按照职责分工，互通信息、密切配合，做好相关数据信息共享、组织开展消费帮扶活动、按时报送本单位消费帮扶工作进展情况等工作，认真落实协调机制议定事项，形成工作合力，充分发挥协调机制作用。

附件2：

2023年县级层面深化消费帮扶行动

重点推进事项

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 序号 | 工作事项 | 责任单位 |
|  | 市县帮扶单位助销帮扶村群众农产品原则上分别不少于2万元、1万元。 | 各乡镇、各相关单位 |
|  | 各单位年度工会福利采购脱贫地区农特产品比例不低于30%。 |
|  | 有食堂的各预算单位年度食堂食材采购份额按照不低于10%的比例，通过“832”平台采购脱贫地区农副产品。 |
|  | 鼓励支持消费帮扶，通过“以购代销”“以买代帮”等方式帮助帮扶村销售农产品。 |
|  | 协调新闻媒体宣传我县乡村振兴的做法成效，推介文化旅游资源。 | 县委宣传部 |
|  | 集纳我县乡村振兴做法和成效的相关稿件，及时向“学习强国”山西学习平台推送报道。 |
|  | 积极动员网信企业等社会力量参与消费帮扶行动，促进脱贫地区农产品销售和农民增收增富。 |
|  | 推动开展特色农产品进机关活动，倡导县直机关、干部职工积极开展消费帮扶。 | 县直机关工委 |
|  | 依托“832平台”运营商平台，加大对脱贫地区农副产品采购力度。 | 县机关事务服务中心 |
|  | 持续深入开展特色农产品进机关、进食堂活动，深化消费帮扶，与脱贫地区签订农产品采购合同，积极支持脱贫地区特色农产品销售。组织好脱贫地区农特产品进机关工作。 |
|  | 结合伙食保障、慰问老干部、军地走访、军民共建等时机，采取灵活方式，同等条件下优先采购帮扶地区农特产品。组织好脱贫地区农特产品进军营工作。 | 盂县人武部政治工作科 |
|  | 充分发挥军地桥梁纽带作用，协调辖区部队、民兵编兵单位积极参与定向采购帮扶工作。 |
|  | 建立盂县消费帮扶县级沟通协调机制，发挥消费帮扶县级牵头部门桥梁纽带作用。 | 县发改局 |
|  | 制定《关于继续大力实施消费帮扶巩固拓展脱贫攻坚成果的实施方案》。 |
|  | 制定《2023年县级层面消费帮扶重点推进工作事项》，完成县委县政府部署的消费帮扶其他有关工作事项。 |
|  | 进一步引导师生参与消费帮扶工作。有食堂的中小学采购原材料工作向贫困地区倾斜。组织好脱贫地区农特产品进学校工作。 | 县教科局 |
|  | 灵活开展消费帮扶活动，支持县属国有企业拓展扶贫村农特产品销售渠道，产品展销活动。组织好脱贫地区农特产品进企业工作。 | 县工信局 |
|  | 进一步提升农村及偏远地区广播电视和宽带覆盖率，缩小城乡数字鸿沟，提升农村及偏远地区信息化服务水平，丰富群众文化生活，促进农村电商、农副产品流通及旅游发展。 |
|  | 继续引导各类社会力量积极参与消费帮扶，组织志愿者、社会工作人才等参与消费帮扶。进一步引导社会组织参与，助力行业协会商会发挥作用，强化行业协会商会乱收费治理，切实帮助市场主体减负纾困。大力推进我县乡镇（街道）社工站有序建设。 | 县民政局 |
|  | 会同有关部门组织开展政府采购脱贫地区农副产品，督促各级预算单位按照不低于10%的比例预留年度食堂食材采购份额，采购脱贫地区农副产品。 | 县财政局 |
|  | 加快推进全县国省道路改造提级，四好农村路建设，构建全县通达的交通运输网络，确保各村农特产品运输便利。 | 县交通运输局 |
|  | 继续加强传统村落保护利用，积极申报符合条件的传统村落和历史文化名镇名村，协助农业农村局改善村落人居环境和特色风貌，建设宜居宜业和美乡村，促进乡村旅游产业发展。 | 县住建局 |
|  | 组织特优农产品、富硒农产品推介活动。依托“西瓜节”、“河灯节”“红薯节”“柿子节”“垂钓节”等农事节庆活动，进行农产品推介活动。带领特色农产品亮相省内外招商推介活动和各类农博会，让“盂字号”特色农文旅产品走出盂县、走向全国。 | 县农业农村局县农业农村局 |
|  | 加强绿色食品，富硒产品认证，提高农产品标准生产程度。加大特优产品培育，发展富硒苹果、杂粮、紫苏、大棚西瓜等特色种植，延长富硒农产品产业链条，增加产业效益。 |
|  | 畅通农产品流通体系建设。组织开展农产品助销活动，扶持推动脱贫村农民专业合作社、集体经济组织等在我县特色农产品相对集聚的薯类、水果等产地培育田头市场，通过举办文化节、采摘、农事体验等新业态，进一步提升特色产品知名度和附加值，助力农民增收致富。强化农产品产地冷藏保鲜设施建设，加快补齐农产品出村进城冷链物流短板。 |
|  | 推动以智慧寄递物流为重要支撑的盂县县域商业体系建设。 | 县商务局 |
|  | 落实农产品保供联系市场机制，指导保供联系市场每月报送市场信息。 |
|  | 加快“产业+电商+配套”融合发展，打造乡村e镇，推动特色产业与电子商务深度融合，提升电商产业化、产业电商化水平，增强产业链上下游企业的协同能力，开发满足市场个性化需求的消费品，打造满足消费者个性化需求的本土网络品牌。 |
|  | 加大电商人才培育力度。依托乡村e镇组织开展电商领域职业技能培训，加大对本土电商带头人、本地网红的培养力度。 |
|  | 提升电商公共服务能力，支持农村电商发展，带动商贸流通企业、物流快递企业、电商服务企业集聚发展。 |
|  | 组织重点电商企业参加网上年货节、双十一等网络促销活动及相关线上线下展会，推动我县名特优农产品拓展销售渠道，提升知名度。 |
|  | 支持脱贫地区特色产品网上销售专区建设，为符合条件的企业申报专项资金奖补。 |
|  | 持续推动乡村旅游重点村建设。 | 县文旅局 |
|  | 继续加大乡村旅游精品线路宣传推广力度，营造乡村旅游良好社会氛围，挖掘市场消费潜力。 |
|  | 积极推进帮扶产品进医院活动。鼓励有条件的医疗卫生单位通过预留单位食堂采购份额、采购脱贫地区脱贫增收产品:鼓励医疗卫生单位与脱贫地区产品供给主体建立稳定的直供关系。组织好脱贫地区农特产品进医院工作。 | 县卫健局 |
|  | 积极协调各金融部门，加大对脱贫地区群众和企业合作的金融支持力度 | 县金融办 |
|  | 引导广告企业对接地方农特色产品企业，助产助销助发展。 | 县市场监管局 |
|  | 协调县内电商平台积极参与“互联网+”农产品出村进城工程，有针对性地提供网店运营、营销推广等服务，助力优质特色农产品积极开拓线上市场，提高市场竞争力。 |
|  | 加强对农特产品市场的监管服务，打造优良的公平营商环境。 |
|  | 为基层群众提供多元化、全覆盖、快速便捷的信息服务，为乡村振兴营造良好的舆论氛围，凝聚民众参与乡村振兴的强大力量。 | 融媒体中心 |
|  | 发挥广电宣传优势，开展公益直播助农活动，丰富帮扶形式，惠及脱贫地区群众。 |
|  | 通过公众号、视频号、抖音号推介我县特色品牌。制作长图、短视频等新媒体产品，促进我县产业品牌化发展。通过网络直播反映我县脱贫地区的做法经验，助力脱贫地区农产品销售。积极推介、宣传农产品特色品牌，协调组织重点企业和脱贫地区对接洽谈，促进帮扶地区产业品牌化发展。充分发挥融媒体的行业优势，开展专项活动，以多种形式推介宣传我县特色农产品品牌，助力脱贫地区农特产品产销对接。 |
|  | 积极推进农村寄递物流服务全覆盖提质工程建设。督导邮政快递企业制定方案、明确目标、加大投入，全力提升推进农村地区投递服务。 | 县邮政业发展中心 |
|  | 会同有关部门，强化部门联动，提高快递物流配送服务能力，不断提升农产品流通效能。 |
|  | 依托县直单位包村帮扶、干部驻村帮扶和社会组织参与乡村振兴等工作机制，积极组织动员各类帮扶主体参与消费帮扶，助力脱贫地区农产品销售。 | 县乡村振兴服务中心 |
|  | 配合财政局、农业农村局、供销合作社做好“832平台”采购相关工作，做好平台供应商联农带农和帮扶脱贫群众增收情况把关。 |
|  | 积极接洽“832”平台，采购好的商品，带动脱贫地区特色产品销售，巩固拓展消费帮扶成果。 | 县供销社县供销社 |
|  | 参加农副产品产销对接会，组织供销合作社和系统内农产品经营主体参加农产品交易会，不断扩大我县农产品品牌影响力。 |
|  | 推动所属企业继续做好消费帮扶工作，巩固脱贫地区产销对接关系。 |
|  | 督促全县各级工会组织在组织节日慰问、生日慰问或其他相关工会活动时，优先采购脱贫地区产品作为慰问品。落实工会采购脱贫地区农副产品金额原则上不低于发放节日慰问品年度总额的30%要求，倡导提高比例。工会“送清凉”慰问活动经费，优先考虑购买脱贫地区的防暑降温产品。 | 县总工会 |
|  | 充分发挥工会宣传阵地作用和联系职工群众优势，利用工会系统各种传统媒体和新兴媒体，通过新闻报道、网络推介等方式，加大消费帮扶宣传力度，广泛推介脱贫地区特别是定点帮扶地区农副产品、旅游资源，引导动员广大职工群众扩大对脱贫地区农副产品和旅游服务的消费，推动形成消费帮扶“人人皆能为、人人皆有为”的浓厚氛围。 |
|  | 服务乡村青年就业创业，引导青年助力乡村产业发展。举办青年技能人才培训，开展农村青年电商培育工程、全县高素质青年农民培育工程，推动青年创新创业企业在山西“青年创业板”展示培育，收集并发布岗位信息促进就业。助力开展第十届“创青春”阳泉青年创新创业大赛，举办就业帮扶招聘会。 | 团县委 |
|  | 助力巾帼电商发展壮大，充分发挥巾帼助农创业基地作用，帮助脱贫地区“妇”字号农产品拓展销路。 | 县妇联 |
|  | 积极对接民营企业、商会协会及其成员单位采购脱贫地区农产品，加强宣传推广，拓展农产品销售渠道。 | 县工商联 |

附件3：

**消费帮扶工作推进情况月调度台账**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 责任单位 | 工作事项 | 推进情况 | 备注 |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

说明：工作事项是指附件2中各乡镇、各相关单位的工作事项

|  |
| --- |
| **消费帮扶工作成效基础台账** |
|  乡（镇）、单位 | 统计填报时间: |
| 村名 | 销售时间 | 助销单位 | 销售（购买）内容 | 销售（购买）数量/斤 | 销售（购买）额/元 | 带动农户（其中脱贫户） | 五进属性 | 九销属性 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 说明:1."五进”指进机关、进企业、进学校、进医院、进军营。 2、“九销”指对接承销、龙头企业营销、宣传推介展销、商场超市直销、电子商务营销、基地认领订销、旅游带动促销、帮扶单位助销、劳动就业推销。3.销售行为属于“五进”,“九进”的哪种类型,请对应填写 |
|  |

附件4：